

MAJALAH ILMIAH Mawas

Peranan Kompetensi Dalam Pengembangan Manajemen Sumberdaya Manusia
Chanafi Ibrahim

Underwater Manipulator

Rochmad Winarso

**Pemanfaatan gulma *chromolaena odorata* (L.) R.M. King and H. Robinson
Sebagai Pupuk Organik Dan Biopestisida.**

Endang Dewi Murrinie

Peranan Unsur Kalium Dalam Proses Respirasi

Rukmi

**Induksi Tunas Jeruk Pamelo (*Citrus Maxima* Merr.) Kultivar Bageng
Secara Invitro dengan Pemberian Jenis dan Konsentrasi Sitokinin**

Subariyanto

Nano Teknologi : Trendsetter Baru Dunia Ilmu Pengetahuan

Budi Gunawan

Teknologi Informasi Untuk Keunggulan Kompetitif

Rina Fiati

**Bringing Movies Into The Listening Classroom To Introduce Authentic
Material To The Efl Students**

Titis Sulistyowati

**Penentuan Kesiapan Penerapan Cloud Computing Dalam Memenuhi
Layanan TI Organisasi**

Andy Prasetyo Utomo

**Kitapun Bisa Jadi Pemberantas Korupsi (Optimalisasi Pemberdayaan
Upaya - Upaya Non Penial)**

Hidayatullah

**Conceptual And Physical Data Model Relational Database With
Powerdesainer**

Mukhamad Nurkamid

Penerbit :

Badan Penerbit Universitas Muria Kudus

ISSN : 0853 - 0335

DEWAN REDAKSI

Pelindung

Rektor Universitas Muria Kudus

Pengarah

Pembantu Rektor I

(Drs. Masluri, MM)

Pembantu Rektor II

(Iskandar Wibawa, SH, Mhum)

Pembantu Rektor III

(Drs. Hendy Hendro HS., M.Si)

Ketua Penyunting

Drs. Taufik, MS, MM

Anggota

Drs. Joko Utomo, MM

Iskandar Wibawa, SH, Mhum

Drs. Murtono, MPd

Ir. Suhariyanto

M. Dahlan, ST, MT

Mochamad Widjanarko, S.Psi, M.Psi

Mitra Bebestari

Dr. Drs. Sukiman, M Pd

Dr. Suparno, SH, M.S

Prof. Dr. Budi Widanarko, M Sc

(Unika Soegiyapranata)

Prof. Dr. Benda Nawawi Arief, SH (UNDIP)

Prof. Dr. Purbayu Budi Santoso, M.Si (UNDIP)

Prof. Dr. Rustono (UNS)

Dr. Ir. Sholahuddin, MS (UNS)

Alamat Redaksi

Gondangmanis Bac Po. Box 53 Kudus,
59352

☎0291-438229 ☎0291-437198

Puslitbang-umk@yahoo.com

MAWAS

Dari Redaksi

Dengan tetap berupaya meningkatkan kualitas tulisan, Mawas sebagai publikasi ilmiah sangat terbuka untuk berbagai tulisan.

Maksud mempertahankan Mawas adalah sebagai media untuk mengakomodasi ide, hasil penelitian dan tulisan berkategori ilmiah yang lain baik dari kalangan Intern Universitas Muria Kudus, maupun dari luar civitas akademika UMK.

Bagaimanapun Redaksi tetap berterima kasih atas berbagai tulisan yang telah masuk ke meja Redaksi, dan tetap berharap ada manfaat yang bisa dipetik para pembaca.

Redaksi

Publikasi Mawas Universitas Muria Kudus Diterbitkan setiap enam bulan sekali sebagai media informasi dan forum pembahasan ilmu pengetahuan Mawas berisi tulisan ilmiah, ringkasan ilmiah, gagasan orisinal yang kritis, dan segar. Redaksi menerima tulisan yang sesuai dengan misi yang diemban, tidak harus sebaris dan mencerminkan pendapat Redaksi. Dalam ilmu Pengetahuan setiap pendapat dihargai dan terbuka untuk lawan pendapat Redaksi berhak meringkas tanpa merubah makna tulisan. Boleh mengutip dengan mencantumkan sumber.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Depan	i
Dari Redaksi	ii
Daftar Isi	iii
Peranan Kompetensi Dalam Pengembangan Manajemen Sumberdaya Manusia..... Chanafi Ibrahim	1
Underwater Manipulator	16
Rochmad Winarso	
Pemanfaatan Gulma <i>Chromolaena Odorata</i> (L.) R.m. King and H. Robinson Sebagai Pupuk Organik Dan Biopestisida	27
Endang Dewi Murrinie	
Peranan Unsur Kalium Dalam Proses Respirasi	38
Rukmi	
Induksi Tunas Jeruk Pamelor (<i>Citrus Maxima Merr.</i>) Kultivar Bageng Secara Invitro Dengan Pemberian Jenis Dan Konsentrasi Sitokinin	52
Suharijanto	
Nano Teknologi: Trendsetter Baru Dunia Ilmu Pengetahuan	67
Budi Gunawan	
Teknologi Informasi Untuk Keunggulan Kompetitif	84
Rina Fati	
Bringing Movies Into The Listening Classroom To Introduce Authentic Material To The Efl Students.....	94
Titis Sullyowati	
Penentuan Kesiapan Penerapan Cloud Computing Dalam Memenuhi Layanan TI Organisasi	109
Andy Prasetyo Utomo	

Kitapun Bisa Jadi Pemberantas Korupsi (Optimalisasi Pemberdayaan Upaya – Upaya Non Penal)	134
Hidayatullah	
Conseptual And Physical Data Model Relational Database With Powerdesainer.....	149
Mukhamad Nurkamid	
E-Commerce Produk Garment Pada PT. Morich Indo Fashion	155
Tri Listyorini	
Konseling Post-Traumatic	161
Indah Lestari	
Teknik Merancang Aplikasi Game.....	171
Rizky Sari Mei Maharani	
Layanan Bimbingan Dan Konseling Melalui Media Literasi Dalam Pengelolaan Prasangka Sebagai Penghambat Multi Budaya (Multiculturalisme).....	184
Sucipto	
Corporate Social Responbility Dan Teori Legitimasi	202
Ponny Harsanti	
Kebijakan Pengaturan Lingkungan Global Dan Nasional.....	216
Subarkah	

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY dan TEORI LEGITIMASI

Ponny Harsanti¹⁷

ABSTRACT

Legitimacy theory explains that the organization will operate continuously in accordance with the limits and the value received by the community around the company in an effort to gain legitimacy. The process to gain legitimacy associated with the social contract between that made by the company with various parties in society. Company performance is not only measured by income generated by the company, but other performance measures related to the various parties concerned. To obtain the legitimacy of companies have an incentive to perform social activities that are expected by the communities around its operating costs. Failure to meet society's expectations will result in loss of legitimacy and then will have an impact on the support provided by society to the company. Disclosure of annual financial statements of the company through an effort to communicate the company's social activities have been conducted by the firm to obtain legitimacy from the community so that the company's survival is assured. The company will show that the company is able to fulfill the social contract with society around them.

ABSTRAK

Teori Legitimasi menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, tetapi ukuran kinerja lainnya yang berkaitan

¹⁷ Staf Pengajar Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mendapatkan legitimasi perusahaan memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial yang diharapkan oleh masyarakat di sekitar kegiatan operasional perusahaan. Kegagalan untuk memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi dan kemudian akan berdampak terhadap dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan. Pengungkapan perusahaan melalui laporan keuangan tahunan merupakan usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya.

Keyword: *corporate social responsibility, legitimasi*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir telah terjadi semacam evolusi dalam praktek pelaporan keuangan yaitu semakin banyaknya informasi yang diungkapkan melalui pengungkapan sukarela. Salah satu aspek yang diungkapkan secara sukarela dalam pelaporan keuangan tersebut adalah informasi tentang aspek sosial dan lingkungan berkaitan dengan kegiatan bisnis yang dijalankannya perusahaan (*corporate social responsibility*) agar terlihat legitimate di mata *stakeholders*nya

Menurut The World Business Council for Sustainable Development, *Corporate Social*

Responsibility (CSR) merupakan komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan setiap perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan

kehilangan legitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Jadi pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan me"legitimasi" kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Konsep *social sustainability* muncul sebagai kelanjutan konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang telah dicetuskan sebelumnya. Konsep ini muncul dalam pertemuan di Yohannesberg pada tahun 2002 yang dilatarbelakangi oleh alasan-alasan: 1) konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang dikembangkan sebelumnya belum dapat mengangkat kesejahteraan komunitas di negara-negara di dunia; 2) perlunya suatu tatanan aturan untuk menyeimbangkan kesejahteraan pembangunan baik di negara-negara selatan maupun negara-negara utara.

Dengan latar belakang tersebut dirumuskan suatu visi yang sama dalam dunia usaha yang makin mengglobal dan mengarah pada liberalisasi untuk mewujudkan kebersamaan aturan bagi tingkat kesejahteraan umat manusia yaitu konsep *social sustainability*. Dalam perkembangan selanjutnya ketiga konsep ini menjadi patokan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang kita kenal dengan konsep *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Kesadaran atas pentingnya CSR dilandasi pemikiran bahwa

perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (shareholder), tapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder). CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) mulai ada sejak tahun 1960-an, ketika tingkat kesejahteraan dan level pendidikan mulai meningkat serta diikuti dengan meningkatnya pluralism dan individualism. Tuntutan dari kelompok-kelompok kepentingan sosial meminta tanggung jawab perusahaan yang lebih besar berkaitan dengan masalah-masalah sosial seperti ekologi, hak-minoritas, pendidikan, keamanan dan kesehatan (Parker, 1990).

Corporate Social Responsibility Disclosure didefinisikan sebagai pengadaaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan

atau laporan sosial lainnya yang terpisah (Guthrie, 1990). Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Pengaruh disini antara lain adalah seberapa jauh lingkungan, pegawai, konsumen, masyarakat lokal dan yang lainnya dipengaruhi oleh kegiatan dan operasi bisnis perusahaan.

Regulasi mengenai akuntansi pertanggungjawaban sosial di Indonesia telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 57 yang diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Akuntansi dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan juga telah diatur SAK. PSAK No. 1 paragraf 9 telah memberikan penjelasan mengenai penyajian dampak lingkungan sebagai berikut. "...Perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup (atau karyawan dan stakeholder lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting)". PSAK No. 1 belum mengatur dengan tegas,

tetapi mengatur : pengungkapan dampak lingkungan. Perlakuan akuntansi dampak lingkungan juga diatur di dalam PSAK No. 32 mengenai Akuntansi Kehutanan dan PSAK No. 33 tentang Akuntansi Pertambangan Umum. PSAK No. 32 dan 33 semestinya sudah memadai untuk mengatur perlakuan akuntansi lingkungan.

KONSEP LEGITIMASI

Pemikiran tentang legitimasi merupakan sebuah penemuan dalam pemikiran modern, yang terwakili dengan baik pada janji Rousseau dalam *Social Contract*, yang memperlihatkan bagaimana sebuah otoritas politik dapat disebut sah . Pemikiran tentang legitimasi selanjutnya dikembangkan oleh Weber dalam perpektif teori modern menyatakan terdapat asumsi bahwa legitimasi harus memiliki hubungan ciri-ciri otoritatif, hukum, perasaan, mengikat, atau kebenaran yang melekat pada sebuah tatanan; sebuah pemerintah atau negara dianggap sah, jika memiliki hak-hak untuk memerintah. Menurut pandangan ini hak dapat diterima sebagai keyakinan dalam kesesuaian dengan tatanan yang ada

dan hak untuk memerintah. Adanya standar obyektif bersifat eksternal atau universal untuk menilai kebenaran yang didasarkan pada hukum alamiah, penalaran, atau sebuah prinsip transhistoris nampaknya selalu ditolak dengan alasan tidak masuk akal atau naif. Di sinilah Weber sebagai ahli sosiologi membentangkan empat alasan untuk memperoleh legitimasi bagi setiap tatanan sosial, yakni; (1) tradisi; (2) pengaruh; (3) rasionalitas nilai dan (4) legalitas. (Scaff, 2000: 563).

Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Dalam pengertian secara mendasar, legitimasi adalah tentang hubungan sosial tertentu yang dikukuhkan sebagai hal yang benar dan tepat secara moral. Legitimasi adalah status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat.

Legitimasi adalah proses yang mengarah ke sebuah organisasi yang dipandang sebagai sah. Organisasi berusaha untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam batas-batas dan

norma-norma masyarakat masing-masing kegiatan yang dianggap sah. Batas dan norma-norma tidak statis dengan demikian mengharuskan organisasi harus responsif mengandalkan pada gagasan sebuah kontrak sosial. Ciri organisasi yang legitimet (dilegitimasi oleh masyarakat) adalah sesuai dengan kerangka rasional dan legal dalam masyarakat tersebut . Tujuan organisasi harus kongruen dengan nilai-nilai yang hidup di masyarakat bersangkutan.

TEORI EKONOMI POLITIK

Pandangan yang diberikan oleh teori legitimasi sebenarnya dibangun berdasarkan teori lain yaitu, teori ekonomi politik. Teori ekonomi politik secara eksplisit mengakui kekuatan konflik yang terdapat dalam masyarakat serta berbagai perebutan yang terjadi dalam berbagai kelompok dalam masyarakat. Teori ekonomi politik dibagi menjadi dua yaitu teori ekonomi politik klasik dan teori ekonomi politik burjois. Teori ekonomi klasik berkaitan dengan filsafat Karl Marx yang secara eksplisit menyatakan adanya kepentingan kelompok, konflik struktural, ketidakadilan, dan peran

negara sebagai pusat pengendali. Ini berbeda dengan teori ekonomi politik burjois yang mengabaikan elemen-elemen tsb, isinya memandang dunia sebagai keadaan yang plural. Teori ekonomi klasik memandang pelaporan akuntansi dan pengungkapan sebagai alat penjaga posisi pihak yang berkuasa terhadap sumber daya (kapital), dan sebaliknya sebagai alat untuk merongrong pihak yang tidak punya sumber daya. Fokusnya pada konflik struktural dalam masyarakat. Teori ekonomi politik memberi penekanan pada hubungan fundamental antara dorongan ekonomi dan politik dalam masyarakat (Miller 1994) dan mengakui pengaruh laporan akuntansi terhadap distribusi pendapatan, kekuasaan dan kekayaan (Cooper dan Shereer, 1984).

Sesuai dengan Cooper dan Sherer (1984), studi akuntansi seharusnya memasukan power dan konflik dalam masyarakat, sehingga studi akuntansi harus fokus pada dampak pelaporan akuntansi khususnya pada distribusi income, kesejahteraan dan power di masyarakat. Ini konsisten dengan Lowe dan Tinker (1977) yang berargumentasi bahwa mayoritas

riset akuntansi harus berbasis pada konsep masyarakat yang plural. Pandangan pluralistik ini mengasumsikan bahwa power tersebar secara luas dan masyarakat terdiri dari individu-individu yang memiliki preferensi pilihan-pilihan sosial, dengan tidak ada seorang individupun yang dapat mempengaruhi masyarakat (atau fungsi akuntansi yang ada didalamnya). Pandangan pluralis mengabaikan bukti bahwa di dalam masyarakat ada segelintir elit yang mengontrol yang menggunakan akuntansi untuk menjaga posisi dominasinya. Sebaliknya, teori ekonomi politik burjuois tidak memperhatikan adanya konflik struktural dan pertentangan kelas tapi lebih cenderung melihat adanya interaksi antar kelompok dalam dunia yang plural (misal, negosiasi antara perusahaan dengan penduduk setempat).

Menurut Deegan (2002) perspektif yang dicakup dalam teori legitimasi dan juga teori politik ekonomi adalah bahwa masyarakat, politik dan ekonomi tidak dapat dipisahkan dan isu-isu ekonomi tidak dapat diinvestigasi secara bermakna dalam kondisi ketiadaan pandangan mengenai kerangka institusi politik dan ekonomi

dimana kegiatan ekonomi itu dijalankan. Dengan mempertimbangkan ekonomi politik, seseorang akan lebih mampu untuk mempertimbangkan isu yang memberi pengaruh atas kegiatan organisasi dan informasi apa yang dipilih untuk diungkapkan.

Menurut Guthrie dan Parker (1990), perspektif ekonomi politik memandang laporan akuntansi sebagai dokumen ekonomi, politik dan sosial. Semua ini dianggap sebagai alat untuk mengkonstruksi, mempertahankan dan melegitimasi rencana, institusi dan ideology yang mana akan memberikan kontribusi bagi kepentingan perusahaan. Pengungkapan dalam hal ini memiliki kapasitas untuk menyampaikan makna ekonomi, sosial dan politik kepada para penerima laporan.

Gray, Kouhy dan Lavers (1994) berpendapat bahwa teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Oleh karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan

pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata perusahaan.

TEORI LEGITIMASI DALAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Ide kontrak sosial ini bukanlah hal yang baru tapi sudah lama didiskusikan oleh para filsuf seperti Thomas Hobbes, John Locke, dan Rousseau. Setiap lembaga sosial (termasuk perusahaan) beroperasi dengan kontrak sosial, dimana kelangsungan dan pertumbuhannya berdasar pada:

1. Pemberian sesuatu yang diinginkan oleh masyarakat, dan
2. Pendistribusian manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok-kelompok yang berkuasa

Jika perusahaan merasa tidak mampu menjalankan operasinya maka masyarakat mungkin akan mencabut kontraknya melalui pengurangan pembelian, dll. Dengan adanya biaya potensial seperti itu menyebabkan perusahaan untuk mengambil tindakan yang menjamin bahwa operasinya dipandang legitimate oleh masyarakat. Perusahaan akan mencari kesesuaian antara nilai sosial aktivitasnya dengan norma masyarakat. Jika ada perubahan harapan masyarakat, maka perusahaan harus menyesuaikannya. Proses penyesuaian ini disebut *organisational legitimacy*.

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan system norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Untuk mencapai

tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan atau diimplikasikan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam system sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya (Dowling dan Pfeffer, 1975). Konsisten dengan hal ini Richardson (1987) mengatakan bahwa akuntansi adalah institusi yang melegitimasi dan memberikan suatu makna dimana nilai-nilai sosial dihubungkan dengan tindakan ekonomi.

Lindblom (1993) dan Dowling dan Pfefer (1975) mengatakan bahwa terdapat empat strategi legitimasi yang dapat diadopsi organisasi ketika mereka dihadapkan pada gangguan atas legitimasinya atau jika dipandang terdapat gap legitimasi. Gap legitimasi terjadi jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan atau stakeholder. Dalam hal ini suatu organisasi dapat :

1. Merubah outputnya, metode atau tujuan agar sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan dan kemudian mereka menginformasikan perubahan

ini kepada kelompok masyarakat tersebut.

2. Tidak mengubah output, metode ataupun tujuan, tapi mendemonstrasikan kesesuaian dari output, metode dan tujuan melalui pendidikan dan informasi.
3. Mencoba untuk mengubah persepsi dari masyarakat dengan menghubungkan organisasi dengan symbol-simbol yang memiliki status legitimasi yang tinggi dan
4. Mencoba untuk mengubah harapan masyarakat dengan menyesuaikan harapan mereka dengan output, tujuan dan metode organisasi.

Salah satu tujuan pelaporan keuangan dalam SFAC No.1 adalah untuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan atas penggunaan sumber daya. Dilihat dari definisinya, pengungkapan sosial perusahaan sesuai dengan paling tidak salah satu dari strategi di atas sebagai implementasi dari strategi legitimasi yang harus melibatkan komunikasi (pengungkapan) dari organisasi. Organisasi dapat mengimplementasikan salah satu dari strategi tersebut atau kombinasi dari masing-masing strategi melalui

pengungkapan laporan keuangan dengan berbagai media. Karenanya pengungkapan informasi perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

APLIKASI TEORI LEGITIMASI DALAM PENELITIAN LAPORAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL(CSR)

Dalam beberapa tahun terakhir teori legitimasi telah

digunakan oleh para peneliti akuntansi dalam praktek pelaporan sosial dan lingkungan. Sejumlah tulisan telah mengidentifikasi jenis-jenis pengungkapan tanggung jawab sosial yang muncul dalam laporan tahunan. Para peneliti masing-masing telah berusaha untuk menjelaskan pengungkapan atas dasar bahwa mereka merupakan bagian dari strategi portofolio yang dilakukan oleh akuntan dan manajer mereka untuk membawa legitimasi, atau mempertahankan legitimasi, organisasi masing-masing. Beberapa studi empiris yang berkaitan dengan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan diantaranya:

- Sebuah studi awal yang berusaha menghubungkan teori legitimasi untuk perusahaan kebijakan pengungkapan sosial dilakukan oleh Hogner (1982). Studi longitudinal meneliti pelaporan sosial perusahaan dalam laporan tahunan US Steel Corporation selama delapan puluh tahun, dimulai pada tahun 1901, data dianalisis untuk tahun ke variasi tahun. Hogner menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan sosial bervariasi dari tahun ke tahun

dan ia berspekulasi bahwa variasi dapat mewakili jawaban atas harapan masyarakat mengubah perilaku perusahaan.

- **Patten (1992)** memfokuskan pada perubahan tingkat pengungkapan lingkungan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan minyak Amerika Utara, selain hanya Exxon Oil Company, baik sebelum dan sesudah kejadian Exxon Valdez di Alaska pada tahun 1989. Dia berargumen bahwa jika tumpahan minyak Alaska mengakibatkan ancaman bagi legitimasi industri perminyakan, dan tidak hanya untuk Exxon, maka teori Legitimasi Teori akan menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi dalam industri yang akan merespon dengan meningkatkan jumlah pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan mereka. Hasil Patten's menunjukkan bahwa ada peningkatan pengungkapan lingkungan oleh perusahaan-perusahaan minyak untuk periode pasca-1989, konsisten dengan perspektif legitimasi. Reaksi pengungkapan berlangsung di

seluruh industri, meskipun insiden itu sendiri berhubungan langsung dengan salah satu perusahaan minyak.

- **Gray et al (1995)** melakukan penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan studi longitudinal pengungkapan Inggris sosial dan lingkungan 1979-1991 terkait tren untuk teori legitimasi, dengan referensi khusus untuk strategi Lindblom's. Teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan motivasi perusahaan melakukan praktek pengungkapan sosial tersebut. Hal ini juga didukung oleh Lann (2004), yang mengatakan bahwa teori legitimasi lebih tepat untuk menjelaskan alasan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan
- **Deegan dan Rankin (1996)** Menggunakan Teori Legitimasi untuk menjelaskan perubahan kebijakan pengungkapan laporan tahunan lingkungan sekitar penuntutan lingkungan. Terbukti perusahaan dituntut mengungkapkan informasi secara signifikan lebih lingkungan pada tahun

penuntutan daripada tahun lain. Perusahaan dituntut mengungkapkan informasi lebih dari perusahaan non-dituntut

- **Deegan dan Gordon (1996)**

Meneliti objektivitas praktek pengungkapan lingkungan dan tren dari waktu ke waktu, serta apakah pengungkapan lingkungan yang berkaitan dengan masalah kelompok lingkungan. Menemukan

pengungkapan meningkat dari waktu ke waktu terkait dengan keanggotaan kelompok lingkungan meningkat. Pengungkapan kebanyakan ada hubungan positif antara sensitivitas lingkungan industri dan pengungkapan.

- **Gray, Kouhy dan Lavers (1995)**

Melakukan studi longitudinal pengungkapan Inggris sosial dan lingkungan 1979-1991 terkait tren untuk teori legitimasi, dengan referensi khusus untuk strategi Lindblom's

- **Brown dan Deegan (1998)**

menekankan peran media dalam membentuk ekspektasi masyarakat dan menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan dalam pelaporan keuangan semakin meningkat menanggapi perhatian media yang negatif.

- **Deegan, Rankin dan Voght (2000)**

Menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan bagaimana pengungkapan sosial dalam laporan tahunan berubah sekitar waktu insiden sosial utama atau bencana.

KESIMPULAN

1. Teori Legitimasi mendasarkan pada isu sentral dari "kontrak sosial" sebuah perusahaan dengan masyarakat dan memprediksi bahwa manajemen akan mengadopsi strategi tertentu (termasuk strategi pelaporan) dalam tawaran untuk menyakinkan masyarakat bahwa organisasi mengikuti dengan nilai masyarakat dan norma yang ada.
2. Teori legitimasi adalah teori yang diderivasi dari teori ekonomi politik yang didefinisikan sebagai kerangka sosial, politik dan ekonomi dalam kehidupan manusia yang terjadi.

3. Teori legitimasi¹ menjelaskan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.
4. Teori legitimasi banyak diaplikasikan dalam pengujian empiris untuk menjelaskan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya dan untuk menjelaskan mengapa perusahaan memilih mengadopsi teknik akuntansi tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Brown, N. and Deegan, C., 'The Public Disclosure of Environmental Performance Information—A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory', *Accounting and*

Business Research, Vol. 29, No. 1, pp. 21-41, 1999.

Cooper, D.J., Sherer, M.J., 'The Value of Corporate Accounting Reports—Arguments for a Political Economy of Accounting', *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 9, No. 3/4, pp. 207-32, 1984.

Deegan, C. and Gordon B., 'A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations', *Accounting and Business Research*, Vol. 26, No. 3, (Summer), pp. 187-99, 1996.

Deegan, C., Rankin, M., 'Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority', *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9, No. 2, pp. 52-69, 1996.

Deegan, C., Rankin, M., Voght, P., 'Firms' Disclosure Reactions to Major Social Incidents: Australian Evidence', *Accounting*

- Forum*, Special Issue on Social and Environmental Accounting, Vol. 24, No. 1, pp. 101-30, 2000.
- Dowling, J., Pfeffer, J., 'Organisational Legitimacy: Social Values and Organisational Behavior', *Pacific Sociological Review*, Vol. 18, No. 1, pp. 122—36, January 1975.
- Gray, R., Kouhy, R., Lavers, S., 'Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure', *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, pp. 47-77, 1995.
- Gray, R., Owen, D., Adams, C., *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice-Mall, London, 1996.
- Guthrie, J., Parker L., 'Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis', *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, pp. 159—75, 1990.
- Lindblom, C.K., 'The Implications of Organisational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure', Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, 1994.
- Lowe, E.A., Tinker, A., 'Sighting the Accounting Problematic: Towards an Intellectual Emancipation of Accounting', *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 4, No. 3, pp. 263-76, 1977.
- Patten, D.M., 'Intra-industry Environmental Disclosures in Response to the Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory', *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 15, No. 5, pp. 471-75, 1992.
- Tinker, A., Neimark, M., 'The Role of Annual Reports in Gender and Class Contradictions at General Motors: 1917—1976', *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 12, No. 1, pp. 71-88, 1987.